

El global i el local en la tecnologia de l'esport



KLAUS HEINEMANN

Catedràtic emèrit de Sociologia

Universität Hamburg (Alemanya)

klauswhein@aol.com

Resum

En aquest article s'analitzen els efectes de la globalització i l'influx de les cultures locals sobre el desenvolupament i l'ús de les tecnologies de l'esport –com per exemple, de vaixells de vela, bicicletes, esquís, etc.– i sobre l'expansió dels mercats de comercialització d'articles esportius. S'assenyala que només quan hi hagi una profunda diferenciació d'una tecnologia de l'esport concreta podrà fer-se visible la diversitat dels efectes globals i locals. Contra la tesi d'una estandardització mundial de béns i serveis uniformes i, per tant, d'un anivellament de la pràctica esportiva, es troba el fet que amb el desenvolupament tecnològic s'incrementen enormement els “graus de llibertat”, que obren un espai gairebé inesgotable a la individualització i a la capacitat d'adaptació a les cultures locals.

Paraules clau

Tecnologia esportiva; Globalització; Cultures locals; Desenvolupament de les societats.

Abstract

The Global and the Local in Sports Technology

The present article analyses the effects of globalisation and the influence of local cultures on the development and use of sport technologies, such as, for example, sailing boats, bicycles, skis, etc., and on the expansion of commercialisation markets for sports articles. It is pointed out that, only when there is a profound differentiation in a specific sport technology can the diversity of global and local effects become visible. Against the thesis of a world standardisation of uniform goods and services and, therefore, of an evening up in the practice of sports, is the fact that with technological development the “degrees of liberty” increase enormously, opening up a practically inexhaustible space to individualisation and the capacity of adaptation to local cultures.

Key words

Sports technology; Globalisation; Local cultures; Development of societies.

Sobre la relació entre el global i el local

En la discussió sobre la relació entre la globalització (econòmica), d'una banda, i el pes de les peculiaritats culturals locals, d'una altra, s'enfronten tres línies d'argumentació:

- Des de la perspectiva econòmica la globalització es refereix als processos –i les seves conseqüències– que propicien el lliure accés a tots els mercats, a l'obertura cada vegada més gran de les fronteres locals i, per tant, a la creixent permeabilitat de les fronteres polítiques i el desen-

volupament de mercats de lliure accés per al capital, els productes i els serveis, les tecnologies i les persones que treballen. Així, es redueixen cada vegada més les diferències econòmiques, polítiques i culturals, de manera que arribaríem a viure en la “societat anomenada mundial”, caracteritzada per unes condicions de producció i una organització laboral iguals per a tothom, per la propagació arreu del món de productes i serveis estandarditzats i homogenis i, com a resultat, també de formes de vida, de pensament, de valors, homogenies, i també d'una ordenació política i econòmica unificada.¹

¹ La “cultura” McDonalds s'utilitza sovint com a metàfora d'una globalització d'aquest tipus. Ohamae (1985) creu haver mostrat en el seu estudi sobre l'homogeneïtzació de la civilització material, fins a quin punt s'ha produït una equiparació d'estils de vida i d'hàbits de consum. Les diferències pel que fa a la percepció de la vida, els hàbits de consum, les activitats de lleure, els objectius i les expectatives de la generació de joves d'Amèrica del Nord, el Japó i Europa són –segons les seves conclusions– més petites que les existents entre la generació més jove i la més gran als mateixos països; la “distància horitzontal” entre els diferents països és menor que la “distància vertical” entre les generacions.

- Les cultures locals mantenen les seves peculiaritats sense variació. Aquesta tesi es basa en el fet que la població només pot conservar la seva identitat i les seves característiques històriques si té cura de la pròpia cultura. La individualitat i la identitat es troben impregnades i unides al seu segell territorial-cultural. Es produeix una tornada a les arrels pròpies i històriques que es reflecteixen, per exemple, en l'idioma, els estils de vida, les formes individuals d'usos i costums i sens dubte, també en les cultures esportives.
- La cultura global i la local es troben entrelaçades. Aquesta tesi afirma que cada extensió de les cultures globals provoca alhora una diversificació cultural dels tipus de comportament –en el nostre cas, de l'hàbit esportiu corresponent i de la pràctica social de l'esport. Però el “local” no té per què identificar-se amb regions de delimitació clara i establerta. És més, la diversitat i la diferenciació dels productes ofereix així mateix la possibilitat d'una individualització del consum (esportiu) i de l'aparició de microcultures neolocals.

En aquest article es tractarà la relació entre la globalització i la localització, i per tant també les tesis exposades, en un aspecte molt concret, el desenvolupament de les tecnologies de l'esport i l'expansió internacional dels mercats dels articles esportius. S'intenta deixar clar que només la més àmplia diferenciació del fenomen analitzat –en aquest cas la tecnologia de l'esport– i l'estudi específic de cada un dels seus elements concrets pot aportar indicis per formar-se una opinió sobre quina de les tesis esmentades descriu la realitat existent –referint-nos sens dubte sempre a un cas concret. La tesi, que es desenvoluparà a continuació, afirma que cap d'aquestes línies d'argumentació no pot reivindicar una validesa general; és més, la seva significació ja varia fins i tot en parlar de diferents tecnologies de l'esport i mercats d'articles esportius.

Si s'entén globalització en el sentit indicat anteriorment, és a dir, que arreu del món s'ofereixen i es consumeixen els mateixos béns i serveis produïts, en darrer terme, amb tecnologies de fabricació similars, es pot pensar que els desenvolupaments de les tecnologies es-

portives –com ara les bicicletes, les posts de surf, els vaixells de vela, els aparells de *fitness*, els esquís, els pals de golf, etc.– i els mercats de productes esportius són un exemple clàssic de globalització: fabricants d'articles esportius que operen a tot el món –de seguida ens vénen al cap Adidas o Nike– dominen amb els seus productes el mercat probablement en tots els països. Són articles que es fabriquen en grans sèries i que reben l'acceptació suficient als grans mercats com perquè puguin aprofitar-se tots els beneficis de la producció en massa. Arreu del món es venen –segons sembla– els mateixos articles esportius i, com és inherent al programa d'aprofitament d'aquests articles, s'utilitzen de la mateixa forma.

Sobre la diferenciació del 'topos' "tecnologia esportiva"

Aquesta visió superficial emmascara, no obstant això, la relació existent entre globalització i peculiaritats locals. Si s'analitza amb més deteniment és massa superficial referir-nos a la tecnologia de l'esport tenint en compte únicament l'aparell esportiu concret –ja sigui la bicicleta, el vaixell de vela, els esquís, els pals de golf o altres articles esportius com ara les sabatilles d'esport, la roba esportiva, etc. Per al nostre tema és imprescindible plantejar la diferenciació següent:

- *Components tecnològics específics* –en el cas dels vaixells de vela es tracta, per exemple, de veles, arboradura, cornamuses, motor, eixàrcia, equips d'ancoratge, equip de navegació, equipament interior.²
- *L'aparell esportiu* com a complex tecnològic, compost per la unió i la combinació de diversos components. Aquest aparell es construeix en la majoria dels casos mitjançant la combinació correcta d'elements tecnològics. Així, el vaixell de vela es compon del casc, el motor, l'arboradura, les veles, els instruments de navegació, els equips d'ancoratge, els *winches*, les cornamuses, etc.; la bicicleta, del quadre, les rodes, els pneumàtics, les

² *Arboradura*: És el conjunt de tots els pals, vergues i perxes de fusta o de ferro, destinats a suspendre les veles i amb els quals aquestes puguin orientar-se convenientment al vent.

Cornamuses: Peces metàl·liques o de fusta en forma de T fixes a qualsevol part del vaixell que serveixen per amarrar-hi els caps.

Eixàrcia: es refereix a tots els caps d'un vaixell.

Winche: Cilindre amb un sistema intern que permet multiplicar la força exercida sobre els caps (*Nota de la trad.*)



El vaixell de vela: la combinació d'una tradició mil·lenària amb la moderna tecnologia. (Foto: Klaus Heinemann)

marxes, els frens, els esmorteïdors, els aparells de mesurament, etc.³

- La *complexa tecnologia del consum*.⁴ A més a més, hi ha una sèrie de premisses que condicionen l'aprofitament adequat dels complexos tecnològics; condicions que es compleixen en un sistema material i social diferenciat: l'esquí, com a esport de lleure, només és possible amb la correcta combinació i adequació dels elements següents: esquí, fixacions, roba, accessoris, telesquís, pistes, manteniment d'aquestes, canons de neu, ambient esportiu, hotels, allotjaments, restaurants, escoles d'esquí, comerç; mitjans de transport, vies de comunicació, infraestructures. Anar amb bicicleta es troba estretament relacionat amb cascs, aparells de mesurament, motxilles, roba resistent, alimentació específica, xarxes de carrils per a bicicletes, mapes d'itineraris, mitjans d'informació. L'esport de la vela amb el complex tecnològic vaixell de vela, ports, instal·lacions de serveis, mapes navals, comerç d'equipaments, assegurances, sistemes de seguretat, escoles de formació, prediccions meteorològiques, senyals nàutics, sistemes d'informació, etc. És tota aquesta complexa tecnologia de consum la que aporta a qui s'interessa per l'esport el seu valor vivencial i de lleure i que ha afavorit que l'esquí, el ciclisme, el *fitness*, la vela, etc. hagin esdevingut esports de masses (Bökemann, 1989).

L'ús d'aparells esportius (esquís, bicicleta, vaixell de vela, etc.) es troba, doncs, lligat a sistemes mate-

rials estretament entrellaçats entre ells, a causa dels requeriments d'ús i garantia d'aquests aparells i els seus components, i per les característiques de la infraestructura (com ara els carrils de bicicleta, els ports esportius, els camps de golf). A més a més, una inserció de l'esportista en sistemes socials diversos, atès que l'ús de complexos tecnològics es relaciona irremeiablement amb una sèrie de processos de venda, assessorament, formació, manteniment, servei i reparació especialitzats.

La *cultura d'ús* en la qual es troben inserits els diferents aparells esportius (és a dir, el complex tecnològic corresponent i la complexa tecnologia de consum), és a dir, la forma com s'utilitza la bicicleta en un determinat país, la forma en la qual es navega, com s'esquia i quines pautes de comportament, valors i emocions hi destaquen, etc. Cultura d'ús significa, doncs, d'una banda, la forma i manera en què es practica esport amb els aparells esportius, i d'una altra, com s'insereix l'esportista en la xarxa de sistemes materials i socials; per exemple, fins a quin punt es fa ús dels serveis de reparació i servei i fins on realitza la mateixa persona que practica l'esport els treballs de reparació.

Els quatre nivells esmentats influeixen en la conducta esportiva de les persones i això significa: una creixent substitució dels models, estratègies i tècniques manuals per ajuts tecnològics que canvien completament les formes de fer. D'aquesta manera, l'anàlisi de les "històries evolutives" de les tecnologies de l'esport poden aportar alhora, resultats essencials sobre la relació entre el local i el global en el desenvolupament de la pràctica esportiva d'un país.

Així doncs, aquesta diferenciació del fet "tecnologia de l'esport" deixa clar tot el que s'ha de tenir en compte en un model explicatiu sobre la relació del local i el global, perquè qualsevol d'aquests quatre components d'una tecnologia de l'esport disposa de la seva pròpia "història d'evolució i ús". Això significa que s'han de tematitzar les tesis descrites al principi sobre la relació entre el global i el local per a cadascun d'aquests quatre elements separadament i, el resultat final és que per a cada una de les tecnologies de l'esport sorgeixen diferents relacions d'interacció entre el global i el local. A continuació, ens ocupem de tot això.

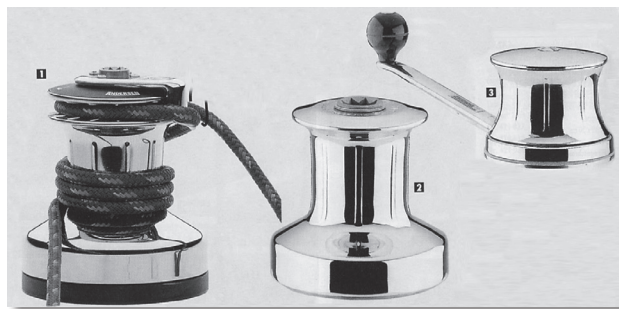
³ En aquest article em centraré principalment en aquestes dues tecnologies (vaixells de vela i bicicletes), perquè així puc referir-me a resultats de les meves pròpies anàlisis empíriques (Heinemann, 2001).

⁴ Utilitzo el concepte de tecnologia del "consum" per deixar clar que els meus arguments no s'apliquen a les tecnologies de l'esport d'alt rendiment, sinó a l'esport de lleure, encara que sovint la interacció entre tots dos no pot passar-se per alt.

La diversitat de les evolucions dels components tecnològics

Cada component tecnològic té la seva pròpia “història evolutiva” i això significa que en cada component es troba un altre efecte del global i del local. Això es desprèn dels arguments següents:

- El desenvolupament dels components tecnològics es troba determinat de manera creixent pels avenços de les investigacions científiques i d'enginyeria en què es basen (sobretot en l'àrea de la tecnologia de la preparació i la producció). No obstant això, aquestes investigacions no solen ser guiades, és a dir, no s'orienten cap a fites concretes, àrees d'aplicació o necessitats específiques de grups exactament definits i menys encara cap als esportistes. Aquest procés d'innovació amb prou feines es pot conduir des de l'exterior, ni tampoc la seva utilització posterior en les diferents àrees de l'enginyeria aeronàutica, nàutica, el sector militar, la construcció de motors –i tampoc en l'esport. Les innovacions decisives que han modificat les diferents modalitats esportives de manera tan radical en els últims 30 anys, es van basar en principi en tecnologies d'origen difús, d'ús obert o en tecnologies desenvolupades per a altres camps d'aprofitament diferents d'aquells en els quals posteriorment s'han aplicat.⁵
- Aquests desenvolupaments solen tenir, per regla general, un origen local, en un determinat país, on s'investiguen uns problemes determinats, es desenvolupen noves tècniques i s'introdueixen en la vida diària. O formulat d'una altra manera: la globalització, en el sentit esmentat anteriorment, sol tenir el seu punt de partida en les “cultures i tradicions d'investigació i desenvolupament” locals d'un



L'aparició dels winches ha facilitat el treball d'hissar les velles fent-lo més accessible a totes les persones. (Foto: catàleg Niemeyer www.awn.de)

país. Si volem descobrir per què i de quina manera es van desenvolupar determinats components tecnològics per a equips esportius, haurem d'adreçar la nostra mirada no només a les condicions culturals, de política d'investigació, financeres, etc. del país en qüestió, sinó preguntar-nos també per què es va utilitzar el coneixement d'un país, precis i destinat a una àrea d'aplicació, per a un determinat component.⁶

- L'anàlisi del desenvolupament dels components tecnològics individualitzats que constitueixen un aparell esportiu presenta una imatge difusa que no permet determinar de manera general la relació entre el global i el local. Ja no és possible fixar l'origen i la distribució de cada component tecnològic: sovint es remunta a cent anys enrere o més, i s'han convertit en una tecnologia generalitzada.⁷ Altres tipus de components tenen l'origen clar en un país determinat, però no estan protegits per patents o un *know how* tècnic exclusiu, de manera que els van adoptar petites empreses de fabricació per als seus mercats regionals, tot adaptant-los als requeriments específics dels clients, fabricant so-

⁵ Un exemple típic d'això és el desenvolupament de materials plàstics, vitrofibres i fibres de carboni, que han revolucionat entre altres camps la construcció nàutica. De la mateixa manera el GPS, desenvolupat en el seu origen amb finalitats militars. Un altre exemple és el desenvolupament de l'electrònica, el punt de partida del qual es troba en la investigació espacial dels USA. Sens dubte, doncs, un fenomen local. Però d'aquesta manera s'ha desenvolupat també una electrònica per a vaixells que es produeix en molts països, encara que els nord-americans i els anglesos liderin el mercat en aquest àmbit.

⁶ Per què, per exemple, es van utilitzar les fibres de vidre i de carboni, desenvolupades per la indústria aeronàutica –sobretot dels USA– per a la reducció de pes, fa uns quaranta anys, en gran mesura a Alemanya i Suècia per a la construcció de vaixells de vela?

⁷ A quina cultura es pot adscriure, per exemple, el desenvolupament de les rodes de la bicicleta? És una pregunta de difícil resposta. Al contrari, sabem en quines condicions va desenvolupar Dunlop, a final del segle XIX, el pneumàtic amb aire i com es va imposar. La introducció del pneumàtic ple d'aire, inventat per Dunlop per a les bicicletes es va rebutjar i va obstaculitzar al principi, d'una banda, perquè es va considerar molt poc estètic, i d'altra banda perquè l'argument que era més còmode en reduir les vibracions i a més a més, més segur, no es va tenir en compte perquè utilitzaven la bicicleta sobretot homes joves i esportistes, atrets especialment pel prestigi que suposava la incomoditat i el perill de circular-hi. No obstant això, aquest tipus de rodes amb pneumàtic amb aire va tenir un gran èxit en les carreres de bicicletes. Al principi es va intentar resoldre (sense èxit finalment) aquest problema implantant normes dissuasives, fins que aquesta mena de rodes es van introduir de forma generalitzada (Hughes, 1987).

vint sota demanda, però això no es limita a un sol país concret. Un exemple d'això són les veles de material plàstic o la introducció de fibra de vidre en el casc del vaixell de vela. Altres components tecnològics requereixen un coneixement tècnic específic, i a causa d'això, estan protegits per patents, de manera que hi ha poques empreses, en alguns casos una de sola, que lideren el mercat mundial –un exemple d'això són l'arboradura i els *winches* als vaixells de vela, i d'una manera més limitada els canvis de marxes de les bicicletes.

La diversitat cultural dels complexos tecnològics

Els complexos tecnològics presenten, pel que fa a la nostra perspectiva temàtica, una imatge diferent:

- Un complex tecnològic –com pot ser el vaixell de vela o la bicicleta– es compon d'una combinació raonable de components tecnològics concrets. Aquestes combinacions poden tenir alhora un caràcter innovador i, de la mateixa manera, els requeriments plantejats al complex tecnològic “aparell esportiu” pot impulsar el desenvolupament posterior dels components tecnològics. La manera en la qual es produeix això és sempre un procés obert, evolutiu d'interconnexions i dependències, que, a més a més, en molts casos es produeix en un territori delimitat regionalment. Formulant-ho d'una altra manera, direm que el desenvolupament d'un complex tecnològic “aparell esportiu” es divideix en una diversitat de processos diferents de desenvolupament tècnic de cada un dels components tecnològics i dels complexos tecnològics amb diferents bifurcacions i ramificacions, en les quals s'interrelacionen de formes diverses el global i el local. Es produeixen aquí diverses preses de decisió sobre el desenvolupament tècnic i la presentació material de l'aparell esportiu en qüestió (Ramert, 1994).
- L'ús dels coneixements de les ciències de la naturalesa i l'enginyeria i l'ús puntual i la combinació específica per a l'equip dels components tecnològics en crear els complexos tecnològics sol adap-

tar-se a la cultura en qüestió. La tesi és, doncs, que encara que sigui de desenvolupament local, el coneixement global disponible en les diferents formes descrites i l'accés als components tecnològics s'aprofiten i apliquen de manera diferent en cada entorn cultural (local, per tant). Hi ha un conjunt de coneixements de ciències de la naturalesa i de l'enginyeria i de components tecnològics que en principi pot ser “capturat” per tots els constructors i empreses d'arreu del món (Hughes, 1987), però s'utilitza de manera selectiva dependent de les característiques culturals específiques, el tipus de presentació material de l'organització i per tant, dels requeriments específics del propi mercat, perquè: el desenvolupament dels aparells esportius –són característics aquí els vaixells de vela i les bicicletes– suposa prèviament l'anàlisi de les indicacions d'orientació i les pautes de desenvolupament. Les “pautes d'orientació”, per les quals es guia el desenvolupament d'una tecnologia esportiva, poden obeir, per exemple, a requeriments com ara la velocitat, la seguretat, el potencial de risc, l'estat més actual del desenvolupament tecnològic, estàndards de qualitat, comoditat, economia, confort, diversitat de potencials d'utilització, comportament mediambiental, etc. No es tracta de valors de tipus tècnic, sinó de característiques socials, valoracions culturals i del resultat de la lluita de diferents actors amb interessos i criteris de valoració ben diferents, que, a més a més, són temporals i variables.⁸ Aquestes pautes no són, doncs, característiques resultants d'un “caprici” de la tècnica; no són tampoc resultat de paràmetres imposats per l'enginyeria; són més aviat el resultat de les peculiaritats culturals i les estratègies socials amb les quals els actors implicats, amb el seu influx i els seus recursos troben, en el marc de les condicions (culturals, legals, econòmiques) existents unes solucions més “adequades” a les seves expectatives; és a dir, tècnicament òptimes per a la resolució dels seus problemes. L'explicació de la gènesi i el desenvolupament tècnic requereix, doncs, destapar les “pautes d'orientació” dominants en cada moment, igual com els factors i forces: els actors implicats, els interessos, les seves peculiaritats organit-

⁸ El pneumàtic amb aire es va imposar finalment perquè es va definir una nova “pauta d'orientació” per a la funció de les bicicletes: es va definir com a instrument amb què desplaçar-se amb la major rapidesa possible, sense riscos i de forma còmoda d'un lloc a l'altre.

zatives, i al mateix temps les condicions generals (culturals, normatives, polítiques i econòmiques), els acords institucionals de coordinació i interacció– i alhora desxifrar la seva forma d'influència en cada cas. Els nous complexos tecnològics apareixen, doncs, d'acord amb la significació que es concedeix a aquestes pautes d'orientació, o dins de l'arquitectura d'una tecnologia complexa de l'esport amb una valoració diferent de les orientacions existents. El desenvolupament tecnològic no és culturalment neutre, ni és fruit d'una necessitat tecnològica imperiosa (Schubert, Friederici, 2002).⁹

- És, alhora, característica del mercat d'articles esportius una diferenciació extremadament funcional i, a més a més, estètica de l'oferta, que en part es regeix per pautes d'orientació d'influx cultural. D'una banda, això provoca una diferenciació de les possibilitats d'aplicació dels aparells esportius segons el tipus de rendiment –pals de golf i raquetes de tennis, esquís per a nivell debutant, avançat i professional, etc.–, d'una altra, unes àrees especials d'aplicació– veles per a diferents tipus de mars, sabatilles d'esport per a les diferents modalitats esportives, bicicletes per a diferents terrenys, esquís per a diferents tipus de neu, adaptats a la cartera de cadascú, etc. Cada vegada hi ha una diferenciació més gran de les qualitats funcionals i estètiques.

L'influx de les pautes d'orientació dominants pot mesurar-se amb els criteris que els qui realitzen proves per a les revistes especialitzades jutgen com a recomanables o critiquen els vaixells de vela o les bicicletes. Aquests criteris s'han anat modificant amb el pas del temps, fins i tot en aspectes bàsics. Això demostra que els qui realitzen les proves als diversos països utilitzen per a la valoració d'un equip esportiu diferents criteris d'avaluació segons les “pautes d'orientació” predominants al seu país.

Un exemple d'això: cada país d'Europa disposa d'una tradició pròpia, desenvolupada al llarg dels anys, en la construcció de vaixells que té com a conseqüència

que hi hagi un estil d'“arquitectura” dels vaixells de vela típic a cada país: els vaixells escandinaus no destaquen per les seves veles, sinó per la seva excel·lent construcció interior de fusta i la seva gran qualitat de construcció –que es reflecteix en els preus. Els vaixells de vela francesos són objectes de construcció relativament lleugera, sòlida i també econòmica. Les drassanes alemanyes solen ser empreses petites que s'adapten concretament als desigs dels seus clients. En els últims anys, s'han imposat dues drassanes més grans que produeixen grans quantitats de construcció en sèrie amb preus econòmics i que distribueixen amb una política de preus de descompte.¹⁰ Els vaixells de vela anglesos tenen anomenada com a equips sòlids, fins i tot en condicions meteorològiques adverses, amb una construcció interior molt senzilla.

Observacions sobre la complexa tecnologia del consum

Les peculiaritats de la complexa tecnologia del consum depenen de forma decisiva de les diferents modalitats esportives, és a dir, de la infraestructura requerida, les xarxes de distribució necessàries, els requeriments de garantia, servei i reparació, etc. de l'aparell esportiu. Per aquest motiu, podem assenyalar aquí també algunes observacions.¹¹

- Les empreses d'arreu del món ofereixen un ventall molt ampli d'articles esportius –com per exemple Adidas o Nike ofereixen aproximadament 750 models diferents de sabatilles d'esport entre els quals la clientela pot elegir. Passa una cosa similar amb la varietat de roba esportiva i aparells esportius (raquetes de tennis, esquís, pals de golf, etc.). Brinden una imatge de mercats globals d'articles esportius, però aquesta imatge és falsa. Cap establiment d'articles d'esport no ofereix en venda tots i cadascun dels 750 models fabricats per les firmes esmentades; 30 models diferents ja són molts. Com es fa la selecció? Depèn únicament de les peculiaritats regionals i de les preferències individuals de

⁹ Tot i que el desenvolupament dels ferrocarrils, per exemple, té una antiguitat superior als 150 anys i aquesta tècnica s'aprofita a tots els països, en cadascun té una forma diferent –amb la conseqüència, per exemple, que els trens alemanys tenen problemes per viatjar per les vies franceses.

¹⁰ Es reflecteix aquí també una peculiaritat alemanya que dona com a resultat les enormes taxes de creixement dels oferents de descomptes. És típica d'això la nímia frase publicitària d'una cadena d'establiments de venda d'electrodomèstics. “Geiz ist geil” (l'avarícia és guai)

¹¹ En relació amb aquest tema, ens manquen estudis empírics significatius.

la clientela. La persona responsable de compres ha de triar entre tanta diversitat.

Això es pot mostrar també amb l'exemple de la bicicleta: des dels anys 80 hi ha una enorme varietat de bicicletes al mercat –també en aquest cas presentades per empreses petites i mitjanes. Però, 1. aquesta àmplia varietat de bicicletes (de carreres, de muntanya, de *trekking*, de ciutat, tàndem, bicicletes elèctriques, plegables, reclinades, en totes les seves variants, equipaments i preus) no s'ofereixen en la mateixa mesura a tots els establiments dels diferents països (europeus); és molt més àmplia a les botigues de bicicletes d'Alemanya que, per exemple, en les espanyoles o les holandeses, i 2. l'aparell esportiu “bicicleta” i el seu ús s'interpreta de diferent manera als diferents països. A Alemanya, es considera molt més un mitjà de transport i un aparell saludable, de manera que tots els grups d'edat, totes les classes socials, homes i dones, famílies i individus, tenen una bicicleta i en la majoria dels casos la utilitzen. A Espanya, la bicicleta no sol ser un “aparell de transport”;¹² dominen les bicicletes de muntanya i les de carreres, que són un signe de l'estil de vida de la cultura masculina juvenil; és a dir, és més inusual veure muntades amb bicicleta les generacions una mica grans o les dones. D'acord amb aquestes diferents cultures d'ús, es desenvolupen les diferents infraestructures –que es veuen per exemple a la xarxa de carrils de bicicleta finament entrellaçada que travessa Alemanya (amb mapes específics, guies, llocs gastronòmics, etc.) i l'espessa xarxa d'instal·lacions de serveis.

Les grans empreses d'articles esportius que operen a tot el món (Adidas, Nike, Puma...) acaparen, en realitat, un total del 20% del comerç mundial d'articles esportius. Això significa que el mercat d'aquests articles es caracteritza perquè la majoria dels fabricants són petites o mitjanes empreses (amb menys de 500 treballadors), actives en mercats o rams delimitats, com per exemple,

el surf, l'escalada, el *snowboard*, el parapent, la bicicleta, els vaixells de vela i tota la seva diversitat d'accessoris. Això és un indicador que aquestes empreses treballen en un mitjà molt turbulent i de canvi ràpid que requereix un alt grau de flexibilitat i adaptabilitat i que exigeix una gran proximitat a la clientela i als seus gustos i dissenys individuals. Això significa, alhora, que aquests oferents poden respondre de manera local a les preferències (també les culturals i les que s'han presentat al llarg de la història) de cada lloc.

Un exemple típic es troba en els estudis de Chantelat (2001) sobre el mercat d'esquís d'esquí alpí: s'hi indica que els fabricants d'esquís que operen a tot el món per als tres grans mercats –Europa, Amèrica del Nord i el Japó– fabriquen tres tipus d'esquís de diferent construcció i fan també una publicitat diferent per a cadascun (“etnopublicitat”). Això no solament és necessari per les diferències en els tipus de neu, sinó sobretot, perquè la tècnica de l'esquí i la significació –fins i tot més important– de l'esport de l'esquí en la cultura esportiva és diferent.¹³

Es planteja aquí, a més a més, el problema que s'entén en cada moment per “local”; és a dir en quines delimitacions espacials es basa. Alguna vegada pot considerar-se –com en aquest exemple– Europa davant d'Amèrica i Àsia, en altres exemples –com en els vaixells de vela– els diferents països europeus, però també pot establir-se –com en el cas de les modalitats i cultures esportives tradicionals– les diferents regions d'un país (Catalunya a Espanya, Baviera a Alemanya, Gal·les a Anglaterra).

Diferents cultures d'ús

Es tendeix a considerar “el” esport com un patró universal de cultura, perquè totes les modalitats esportives es practiquen a tots els països amb els mateixos reglaments. L'esport, segons es diu, parla tots els idio-

¹² Des de fa poc la ciutat de Barcelona, per exemple, disposa de bicicletes de ciutat per al préstec (“Bicing”), una cosa que a Alemanya no funcionaria, perquè tothom ja té bicicleta.

¹³ La tesi que defensem sobre la diferenciació regional de la tecnologia de l'esport i dels mercats d'articles esportius va ser sostinguda de forma teòrica i empírica pel premi Nobel d'Economia 2008 Krugman (2004) amb la seva anàlisi de les estructures comercials i les localitzacions de l'activitat econòmica. La seva tesi es contraposa a la suposició clàssica de la teoria econòmica que cada país produeix els béns que li aporten un avantatge en els costos davant d'altres països. Molt més important per a l'estructura dels mercats és el coneixement exacte de les peculiaritats regionals i les preferències de qui compra (hàbits de consum).

mes. Que aquesta generalització no és aplicable des de la perspectiva de la tecnologia de l'esport ja ha quedat clar amb els arguments presentats. Aquesta imatge es dispersa encara més si analitzem les diferents formes d'ús d'un aparell esportiu. Ja s'ha esmentat aquest aspecte en l'apartat anterior. Es forma un quadre de diversitat de l'esport i s'hi reflecteix la resistència davant totes les tendències d'"homogeneïtzació". No hi ha, diu Pfister (2005, 504) "en la comunitat científica històricoesportiva (...) cap dubte que l'esport, malgrat els processos de globalització, ha mantingut la seva pròpia diversitat". Qui no se n'adoni corre el perill "de passar per alt o no veure, si més no, els orígens específics de les diferents cultures, els rerefons i les relacions i també els objectius, significats i motius".

Però per poder desxifrar aquestes diferenciacions cal analitzar-les molt minuciosament en diverses ocasions. Ningú no discuteix que "arreu del món", per exemple, es juga al futbol i que les competicions es regeixen en principi per les normes establertes per la FIFA. Però els estudis de Brandl-Bredenbeck (1999) –que posa de manifest les diferències en l'adaptació segons la cultura de la pràctica del futbol als USA i a Alemanya– mostren que els actors socials integren una cultura global en la seva pròpia cultura originària, cosa que dona com a resultat:

- La joventut nord-americana relaciona l'esport principalment amb competició i victòria, mentre que la joventut alemanya parteix d'un concepte difús de lleure.
- Mentre que per a la joventut d'Alemanya el rendiment i l'esforç s'associa a l'entrenament, per a la joventut nord-americana el rendiment i l'esforç són un factor autònom,¹⁴ independent de l'entrenament i la competició.
- Els valors apreciats en la cultura nord-americana, com ara la capacitat de decisió, la virilitat i la victòria, no es troben prou representats en el futbol. L'estructura de joc del futbol no és compatible amb el concepte habitual de l'esport existent als USA. Hi ha una escassetat dels fascinadors moments de presa de decisions i d'èxit, i pocs resultats rellevants estadísticament. Les característiques que Guttmann (1979) va establir com a típiques per a l'esport, és a dir, la quantificació,

l'especialització i la consecució de rècords, es troben molt menys reflectides en el futbol que en el beisbol o el bàsquet, que recullen de forma més clara aquestes característiques essencials del concepte de l'esport: la racionalització i la quantificació es detecten en una gran quantitat de dades estadístiques al llarg del joc; els índexs d'encert són gairebé tan importants com l'estat del marcador; l'alt grau d'especialització permet d'adscriure a uns jugadors concrets l'èxit o el fracàs.

Per tant, encara que l'esport –el futbol, en aquest cas– sigui un fenomen universal, es veu que en el concepte de la població jove d'Alemanya es concedeix a l'esport un sentit més individualitzat que el que li atribueix la joventut d'Amèrica del Nord. Uns models de comportament idèntics se sotmeten a una interpretació diferent depenent dels contextos culturals; les ofertes globals es troben en els microentorns amb respostes locals que varien en cada cultura.

O formulat de manera més general: igual que les diferents "pautes d'orientació" "guien" el desenvolupament de les noves tecnologies, hi ha diferents "pautes d'ús" per a les tecnologies de l'esport, dependent de l'època i de la cultura. En aquestes pot predominar la recerca del risc i l'aventura, l'experiència (de la naturalesa), el domini de la tècnica, el prestigi i la valoració socials, etc. (Heinemann, 2001).

Es necessitarien aquí més estudis comparatius interculturals sobre les diferències en la pràctica esportiva per poder analitzar, per exemple, la interacció dels quatre elements tematitzats d'una tecnologia de l'esport i la interacció del global i del local.

La globalització com a ampliació dels nivells de llibertat

Podem resumir tot el que acabem d'exposar de la forma següent. Contra la tesi d'una estandardització mundial de productes i serveis iguals i, per tant, d'un anivellament de la pràctica esportiva, les nostres conclusions mostren una gran ampliació dels "nivells de llibertat", que obren un espai gairebé inesgotable per a la individualització i la capacitat d'adaptació a les cultures locals. Com més complex sigui l'equip esportiu i la complexa tecnologia del consum, majors

¹⁴ Això és un resultat que pot explicar-se –segons Brandl-Bredenbeck (1999)– sobretot per la tècnica de treball puritana profundament ancorada als USA i de la idea de la "muscular christianity". El somni de l'èxit depèn immediatament de l'esforç i el rendiment individual.



Els plotter amb mapes i GPS faciliten el complicat treball de navegació (Foto: catàleg Niemeyer www.awn.de)

“nivells de llibertat” s'utilitzen per aplicar les tecnologies i adaptar-les a la cultura específica existent. Es tracta de:

- Nivells de llibertat en l'ús dels coneixements de ciències naturals i enginyeria disponibles per al desenvolupament dels components tecnològics.
- Nivells de llibertat en l'arquitectura de l'aparell esportiu; és a dir, en la combinació dels diferents components tecnològics que el formen.
- Nivells de llibertat en la diversitat de l'organització de la producció, la comercialització, etc., a causa dels diferents actors que participen en aquests processos.
- Nivells de llibertat en la gamma d'ofertes específiques de cada regió.
- Nivells de llibertat en la seva execució, ús i en el tipus d'interpretació i significació que cada societat fa de l'aparell esportiu.

D'aquesta forma, l'avenç de la tecnològització de l'esport comporta una ampliació de les possibilitats d'opció i els nivells de llibertat. Com més gran sigui el nivell de llibertat, més clara i marcada serà la dependència i la impregnació en els avenços tecnològics de la inserció cultural, econòmica, política, etc., dels actors. També són més grans les alternatives d'elecció i l'assignació de funció i significació per part de cada persona usuària. L'individu crea el seu propi món material –el seu vaixell de vela– per aprofitar-lo després, és a dir,

per interrelacionar-s'hi. L'objecte es converteix en part integrant de la pròpia identitat.¹⁵ En vista dels processos descrits anteriorment, de la diferenciació (funcional i estètica) i de l'enorme increment del nombre d'alternatives, augmenten de manera ingent les possibilitats d'una creació i un equipament personalitzat de l'arquitectura i de la seva inclusió en els diferents sistemes materials i socials. Que moltes empreses fabriquin i comercialitzin a tot el món articles esportius similars no significa ni que els qui els compren adquireixin la mateixa “cistella de la compra d'articles esportius”, ni que es concedeixin a aquests articles esportius i, a més a més, al seu esport, el mateix sentit i una significació similar.

D'altra banda, també caldrà buscar una nova interpretació per al “local”. Ja no es troba lligat necessàriament a un espai impregnat de les seves peculiaritats culturals i clarament delimitat, sinó que es produeixen microcultures en les diferents modalitats esportives de manera neolocal. En cada modalitat esportiva –com es mostra clarament per exemple en el ciclisme de muntanya, l'escalada, el parapent, el *skating*, el surf, apareixen microcultures amb els seus propis valors i normes, hàbits esportius típics, formes de consum, xarxes socials, escenificacions de l'esport, significacions, no lligades a un lloc fix o a una regió establerta. En el global es formen cultures esportives particulars, neolocals. Per a les diferents persones o agrupacions d'una microcultura persisteix la capacitat de creació i modificació de la realitat social, però no (ja només) sobre la base de cultures vigilades i ancorades en el local.

La globalització com a comparació de societats

En aquest últim apartat s'esbossa una justificació per a les tesis que presentem: en la discussió sobre la relació complexa entre el local i el global sol passar-se per alt la trivial experiència que les diverses societats estan configurades de manera diferent i que les persones que hi viuen perceben i entenen de manera diferent els objectes i els esdeveniments que es troben en el seu entorn. Les persones comparen, no només contraposant la seva prò-

¹⁵ Això es veu clarament amb l'exemple dels vaixells de vela: l'elecció del vaixell entre una enorme varietat d'ofertes i la seva construcció mitjançant una llarga llista d'"equipaments opcionals" –utilitzant la tècnica disponible, des de l'equipament interior fins al color dels seients de la borda– provoca un espectre inabastable de les més variades possibilitats de combinació. En aquesta elecció i en el tipus d'ús i la significació que se li atribueix es trobarà un reflex de la personalitat i de les característiques internes de qui l'ha comprat.

pia forma d'actuar, entendre i percebre les coses davant les dels altres, sinó que interpreten les altres cultures des de la perspectiva de la seva. Per aquest motiu, quan es parla sobre la relació entre el global i el local, cal parlar de la comparació entre societats com a forma i expressió de contactes socials i culturals. Aquestes comparacions inclouen, no obstant això, sempre influxos mutus, una penetració recíproca, un entramat per adquisició i delimitació. "Societat" no és mai una formació autònoma, separada amb unes estructures clarament delimitades. Sempre cal partir d'uns conceptes més amplis de desenvolupament de les societats. La "societat" d'un país és sempre un element dins d'un camp més ampli de relacions i forces, en el qual les peculiaritats socials d'aquest país apareixen com a expressions individuals dins d'unes formacions més extenses (Tenbruck, 1992). Aquest aspecte és aplicable, com hem indicat, especialment per a la comparació i les interaccions entre coneixements científics, avenç tecnològic i la seva aplicació a la pràctica quotidiana (també de l'esport).

Per això és una simplificació inadmissible que en les discussions sobre la globalització es parli de "societat mundial" i per tant, es pressuposi un "model únic de societat". Això deriva en una perspectiva d'anàlisi molt limitada que no té en compte la diversitat de processos d'influx recíproc que es produeix constantment entre les societats; cal tenir en compte sempre "situacions internes" i "situacions externes" i amb aquestes els processos que es donen entre totes dues, els quals poden ser multiplicadors, creuats, complementaris o concurrents.

Aquest tipus d'interpretació del desenvolupament de les societats és, en contraposició amb els conceptes d'una globalització en el sentit de la connexió entre el global i el local, que es presenta a les tesis i a dos desenvolupades en el primer apartat d'aquest article. La globalització, és a dir l'aparició d'una "societat global" (i amb això també de cultures esportives universals), es pot entendre com si a tots els països es desenvolupés un "model únic de societat". Però en vista dels plantejaments exposats fins ara, això és un error. Més aviat dins d'un entramat global –originat per l'ús d'Internet, visible en les grans empreses que actuen a tot el món, estabilitzat per organitzacions supranacionals– (nous) models (de l'esport) multisocials a causa de l'intercanvi, comparació, adquisició selectiva, noves significacions i

interpretacions. Les societats i l'esport mantenen un perfil individual que es va desenvolupant entre altres per la combinació de situacions internes i externes. Les situacions externes s'adapten sempre de manera selectiva i s'ajusten a la cultura existent. És així almenys com ha passat en la llarga història d'Europa i també en la història de la tècnica; i és qüestionable que aquest model d'equiparació recíproca i d'adquisició i adaptació selectiva s'hagi modificat bàsicament en els últims anys i que es trobin arguments vinculants que, amb l'influx de la comunicació digital, ja no sigui una realitat allò que s'ha anat produint al llarg de dos mil cinc-cents anys de la història de Europa; és a dir, precisament aquesta interacció recíproca que no esborra les característiques culturals de cada societat, sinó que les manté amb les seves peculiaritats particulars –especialment visible en la diversitat de llengües d'Europa. No és fàcil, no obstant això, trobar aquest tipus d'arguments.

Les fronteres polítiques i econòmiques són més fàcils de traspasar que les culturals. No és que aquestes no siguin permeables. Tanmateix, les peculiaritats culturals serveixen –apropant-nos a Max Weber– com a "guardaagulles" per a una recepció selectiva i una transformació cultural específica. Són els "interessos (materials i ideals), no les idees allò que domina directament l'actuació de les persones. Però les 'visions del món', formades per les idees, han determinat en molts casos com a guardaagulles, les vies per les quals avança la dinàmica dels interessos i l'actuació" (Weber 1956, 252).¹⁶ Aquesta tesi –és a dir, els models de valoració i pensament o les formes de comportament impregnades durant generacions i canviant en la història– de M. Weber continua sent acceptada majoritàriament hores d'ara en la Sociologia. Si referim això al nostre tema i al nostre exemple: els models culturals predominants també es reflecteixen en diferents formes en l'esport; amb una assimilació selectiva i una transformació adaptada a la cultura, cada país crea la seva cultura tècnica i esportiva.

Els individus tenen capacitat de resistència i també creativitat per donar una nova interpretació als elements de l'oferta de patrons de comportament i introduir de manera raonable elements en la seva pròpia cultura. La diferenciació funcional i estètica, que paradoxalment es fa possible per la globalització, obre el potencial per a una diversitat local o microcultural.

¹⁶ Zündorf (1994) desenvolupa tesis similars, connectant amb Lepsi (1990), sobre els entramats econòmics.

Referències bibliogràfiques

- Bökemann, D. (1989). Bewegungsraum und Sporttourismus – Zur Herstellung und Vermarktung von Sportmilieus am Beispiel des Skilaufs. A K. Dietrich i K. Heinemann (eds.), *Der nicht-sportliche Sport*. Schorndorf: Hofmann.
- Brandl-Bredenbeck, H. P. (1999). *Sport und jugendliches Körperkapital. Eine kulturenvergleichende Untersuchung am Beispiel Deutschlands und der USA*. Aachen: Meyer & Meyer
- Chantelat, P. (2001). Die Globalisierung der Industrien und Märkte für Sportartikel: eine soziologische Perspektive. A K. Heinemann i M. Schubert, *Sport und Gesellschaften*. Schorndorf: Hofmann.
- Guttman, A. (1979). *Vom Ritual zum Rekord – Das Wesen des modernen Sports*. Schorndorf: Hofmann.
- Heinemann, K. (2001). *Die Technologisierung des Sports – eine sozio-ökonomische Analyse*. Schorndorf: Hofmann.
- Hughes, T. P. (1987). The Evolution of Large Technological Systems. A W. E. Bijker, T. P. Hughes i T. J. Pinch (eds.), *The Social – Construction of Technological Systems*. Cambridge: MIT- Press.
- Krugman, P. (2004). *Internationale Wirtschaft – Theorie und Politik der Außenwirtschaft*. Frankfurt: Pearson Studium.
- Ohamae, K. (1985). *Macht der Triade. Die neuen Formen wirtschaftlichen Wettbewerbs*. Wiesbaden: Gabler.
- Pfister, G. (2005). Die Vielfalt der Bewegungskulturen und die Schwierigkeit, Einheit zu konstruieren. *Erwägen-Wissen-Ethik* 16 (4), 504-507.
- Rammert, W. (1994). Techniksoziologie. A H. Kerberka i A. Schmieder (eds.), *Spezielle Soziologien*. Reinbek: Rowolt
- Schubert, M. i Friederici, M. (2001). Das Design bestimmt das Bewusstsein... Überlegungen zur Technologisierung des Fahrrades und den Rekonstruktionsmustern technologischer Entwicklung aus der Perspektive der Nutzer. A M. Friederici, H.-D. Horch i M. Schubert (eds.), *Sport, Wirtschaft und Gesellschaft*. Schorndorf: Hofmann.
- Tenbruck, F. H. (1992). Was war der Kulturvergleich, bevor es den Kulturvergleich gab? A *Soziale Welt*, número especial 8 (Zwischen den Kulturen) editat per Matthes, J.
- Weber, M. (1956). *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen. Edició espanyola: *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Zündorf, L. (1994). Weltwirtschaftliche Vergesellschaftung – Perspektiven einer globalen Wirtschaftssoziologie. A Lange, E. (ed.): *Die Wirtschaft im Wandel – Soziologische Perspektiven*. Berlin: Dunker & Humblot.